

Investigación

FACTORES DE ÉXITO QUE MEJORAN EL DESEMPEÑO EXPORTADOR DE LAS PYMES INDUSTRIALES MEXICANAS

Luis Enrique Ibarra Morales

Ingeniero Industrial y de Sistemas; Maestro en Administración

Profesor Investigador de Tiempo Completo,
Universidad Estatal de Sonora

Mail to: luisim00@hotmail.com luis.ibarra@ues.mx

Mónica Blanco Jiménez

Licenciada de Contador Público, Maestría en Administración Pública con Especialidad Finanzas Públicas, Maestría en Relaciones Internacionales, Doctorado en Ciencias Políticas

Profesora Investigadora de Tiempo Completo,
Universidad Autónoma de Nuevo León

Mail to: monica.blancojm@uanl.edu.mx
moniblanco77@hotmail.com

RESUMEN

Estudios recientes señalan que un entorno que favorece el desempeño en las exportaciones, es lo atractivo de los mercados internacionales para comercializar los productos e incrementar la competitividad de las PyMEs. La medida del desempeño exportador constituye uno de los aspectos más controvertidos de la literatura que aborda la gestión exportadora, para ello, se investigarán diferentes teorías y modelos para explicar el proceso de internacionalización que realizan las PyMEs desde varios enfoques y perspectivas. En ese sentido, se determinará los factores de éxito que mejoran el desempeño exportador de las PyMEs industriales mexicanas, de tal manera que les permitan desarrollar y promover sus exportaciones para ser más competitivas a nivel mundial, para lo cual se diseñó y aplicó un instrumento de medición con respuestas en escala Likert de cinco puntos, a una prueba piloto de 30 sujetos, lo que permitió calcular su confiabilidad, a través del coeficiente de alfa de Cronbach para las cinco variables independientes identificadas en la literatura: precio ($X1 = 0.897$); calidad ($X2 = 0.893$); capacidad instalada ($X3 = 0.820$); innovación ($X4 = 0.836$) y capacidad financiera ($X5 = 0.766$); mientras que para el desempeño exportador (Y), el resultado fue de 0.758. Las variables introducidas ($X5, X1$), explicaron en un 74.5% ($R^2 = 0.745$) la variabilidad en la variable de respuesta (Y), mientras que la bondad del ajuste lineal del modelo fue suficiente y significativo en P (valor) < 0.05 , concluyéndose que existe evidencia suficiente en el marco teórico para sustentar los resultados obtenidos a través del modelo de regresión.

Palabras clave: Desempeño Exportador, Exportaciones, Internacionalización, PyMEs Industriales.

Recibido: 10-07 -2015

Aceptado: 25-11-2015

ABSTRACT

Recent studies have pointed that an environment that favors the exportation performance, is the appealing of international markets to exchange products and increase SEM's competitiveness. In the literature, the export performance measurement constitutes one of the most controversial facts regarding the exports management; therefore, different theories and models will be investigated to explain the internationalization process that SEM's perform through different approaches and perspectives. In that sense, shall be determined the success factors that improve the performance of Mexican industrial SME's, in such manner that allows them to develop and promote their exportation in order to become more competitive worldwide for which a measurement instrument of Likert's five points scale, was designed and applied in a pilot test to 30 subjects, which allowed to calculate its reliability, through the Cronbach's alpha coefficient for the five independent variables identified in the literature: price ($X1 = 0.897$); quality ($X2 = 0.893$); installed capacity ($X3 = 0.820$); innovation ($X4 = 0.836$) and financial capacity ($X5 = 0.766$); while for the exporting factor (Y) the result was 0.758. The variables introduced ($X5, X1$), explained in a 74.5% ($R2 = 0.745$) the variability in the answer's variable (Y), while the benevolence of the linear model adjusted was enough and significant in P (value) < 0.05 , concluding there is enough evidence in the theoretical framework to sustain the results obtained through the regression model.

Key words: Exports performance, Exportations, Internationalization, Industrial SEM's.

SUCCESS FACTORS THAT ENHANCE THE EXPORT PERFORMANCE OF INDUSTRIAL SMEs MEXICANAS

Luis Enrique Ibarra Morales

Industrial and Systems Engineer; Master in Management
Full-time Research Professor , State University of Sonora
Mail to: luisim00@hotmail.com luis.ibarra@ues.mx

Monica Jimenez White

Licensed Public Accountant , Master of Public Administration with a Specialization Public Finance, Master in International Relations , Political Science Ph.D.
Full-time Research Professor , SNI 1. Autonomous University of Nuevo Leon
Mail to: monica.blancojm@uanl.edu.mx
moniblanco77@hotmail.com

1. INTRODUCCIÓN

La gestión de la actividad exportadora en las empresas mexicanas, especialmente, las Pequeñas y Medianas Empresas (PyMEs), es un campo que aún no se ha explotado del todo; es decir, es importante complementar aquellos vacíos que todavía pudieran existir acerca de las diferentes prácticas y principios desarrollados por las empresas exportadoras y cómo éstos influyen en sus resultados, tanto financieros como en su posición competitiva, ya que la medida del desempeño exportador constituye uno de los aspectos más controvertidos de la literatura que aborda el tema de las exportaciones. En general, este panorama refleja la importancia de acrecentar los estudios en materia de negocios internacionales, específicamente, el proceso de internacionalización de las empresas mexicanas con base a las diversas teorías y modelos que abordan y explican este proceso como estrategia de penetración en otros mercados como son: la teoría de internalización, el paradigma ecléctico de Dunning, el modelo de internacionalización de Uppsala o el muy conocido Modelo de las Cinco Fuerzas de M. Porter (1998).

Por lo tanto, uno de los aspectos más importantes de la presente investigación, será el abordaje teórico de algunos modelos citados anteriormente, para llegar a una propuesta lógica que explique la realidad de un fenómeno empresarial moderno y de gran influencia social y sectorial en un ámbito internacional, así como determinar los factores que mejoran el desempeño exportador de las PyMEs exportadoras; dado que estudios recientes han señalado que un entorno que favorece el desempeño en las exportaciones es precisamente, lo atractivo de los mercados internacionales para comercializar los productos.

En ese sentido, la justificación del presente estudio, radica en la internacionalización que tiene el Estado de Sonora con la frontera de los Estados Unidos de América, lo que permite tener una dinámica comercial bilateral muy importante. Además, con el apoyo del gobierno mexicano

con la firma de diferentes tratados y acuerdos comerciales con otros países del mundo, se ha tratado de impulsar la economía de las empresas, mediante la implementación de diferentes estrategias de internacionalización, en aras de que logren mejores resultados derivados de su actividad exportadora, sin embargo, Sonora se encuentra en la décima posición a nivel nacional de acuerdo al porcentaje y nivel de sus exportaciones (en miles de millones de dólares), tal y como se muestra en la Tabla 1.

Tabla 1.
Las PyMEs y las exportaciones nacionales

Ranking	Entidad federativa	Porcentaje de las exportaciones
1	Chihuahua	13.05%
2	Baja California	9.90%
3	Coahuila de Zaragoza	9.86%
4	Campeche	9.17%
5	Nuevo León	8.07%
6	Tamaulipas	6.92%
7	Jalisco	6.06%
8	Estado de México	5.41%
9	Tabasco	4.60%
10	Sonora	4.58%

Fuente: Elaboración propia

Con base a la Tabla anterior, valdría la pena cuestionarse el porqué de un décimo lugar y no uno mejor, sobre todo, cuando Sonora está geográficamente bien posicionado con respecto a otras entidades federativas, sobre todo por la cercanía al mercado más grande del mundo, los Estados Unidos. Tal pareciera que las PyMEs tienen dificultades para competir exitosamente en este ámbito internacional, ya que muchas de estas empresas carecen de recursos, de un entorno estimulante de negocios, de competencias y ventajas competitivas necesarias para tener éxito en los mercados internacionales.

Planteamiento del pProblema

El éxito exportador es muy importante para el desempeño económico de un país, puesto que es la fuente primaria de divisas, permite obtener economías de escala y especialización, lograr acceso a nuevas tecnologías y atraer inversión extranjera directa (Lall, 2000). Por lo tanto, los países buscan adoptar programas y medidas que permitan desarrollar y promover las exportaciones de sus empresas, en consecuencia, es crítico que las PyMEs exportadoras identifiquen qué factores de éxito pueden mejorar sus exportaciones, sobre todo, cuando estadísticas oficiales indican que el Estado de Sonora, a través de estas empresas, no tiene una alta participación en esta actividad, ya que sólo aporta un 4.58% del total de las exportaciones nacionales. Con base a lo anterior, se han planteado las siguientes preguntas de investigación:

1. ¿Qué factores de éxito mejoran satisfactoriamente el desempeño exportador de las PyMEs industriales mexicanas?

2. ¿Qué sentido de correlación y orden de importancia relativa existe entre los factores de éxito que mejoran el desempeño exportador de las PyMEs industriales mexicanas?

El objetivo general para la presente investigación es determinar los factores de éxito que mejoran el desempeño exportador de las PyMEs industriales mexicanas, de tal manera que les permitan desarrollar y promover sus exportaciones para ser más competitivas a nivel mundial.

2. MARCO TEÓRICO

La internacionalización de la empresa empezó a ser estudiada en la década de los cincuenta, cuando empresas estadounidenses comenzaron a realizar inversiones significativas en el extranjero, principalmente en Europa. Los primeros estudios trataban de explicar e identificar los factores del país, mercado o sector que determinaban las causas por las que la empresa

realizaba una Inversión Directa Extranjera (Dunning, 1958). De este modo, a final de los años 70, la expansión de las transacciones económicas a través de las fronteras nacionales reflejó un incremento en el mercado mundial, mostrando que los procesos de internacionalización ganan más importancia en la economía internacional, de tal forma que ningún país puede escapar de los efectos de este incontenible cambio (Keohane y Milner, 1996).

En la última década, el proceso de internacionalización es más evidente y generalizado. La crisis financiera, la creciente interdependencia entre países, la formación de bloques regionales, el surgimiento de nuevas economías, así como los permanentes avances tecnológicos en todos los sectores, configuran un entorno competitivo global y cambiante. Como consecuencia de este continuo cambio, se constata un incremento significativo del número de empresas que operan internacionalmente, considerándolo como pilar básico para su supervivencia (Leonidou et al., 2002).

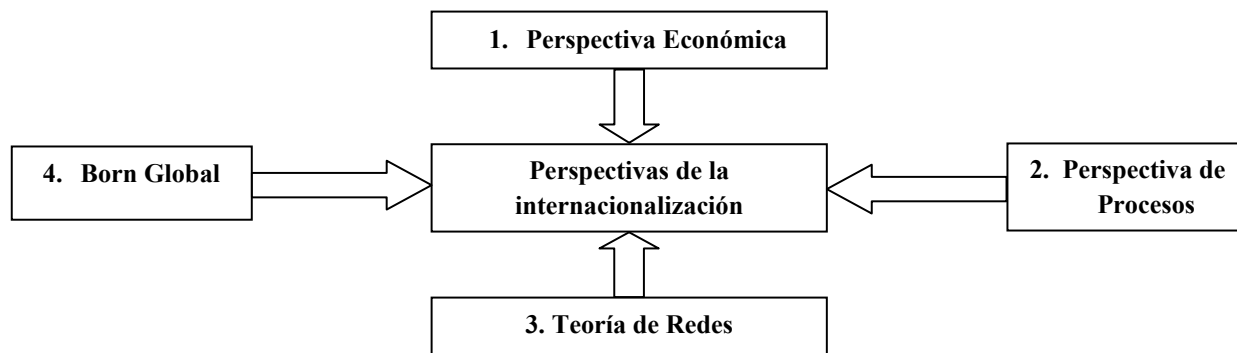
En estos últimos años, la estrategia de importación y exportación ha ganado atención notable por muchas razones. En primer lugar, previos estudios han demostrado que, especialmente entre las pequeñas y medianas empresas, el orden de las operaciones de comercialización más comunes de internacionalización es primero hacia adentro del mercado local y solamente después de eso, hacia mercados externos o extranjeros (Korhonen, 1999; Samiee et al., 1993; Welch y Luostarinen, 1988, 1993). En segundo lugar, se ha encontrado que importar ha servido como una plataforma hacia la exportación, por ejemplo, los impulsos de la importación pueden crear oportunidades para los negocios internacionales (Karlsen et al., 2003; Korhonen, 1999; Welch y Luostarinen, 1993). En tercer lugar, hay una serie considerable de estudios que abordan la estrategia de la internacionalización con perspectiva de red que enfatiza el significado de los contactos personales y socios comerciales en el extranjero (Forsgren, 2002; Holmlund y Kock, 1998; Johanson y Mattsson, 1988; Johanson y Vahne, 1977).

2.1. Escuelas y teorías que involucran el proceso de internacionalización

El presente estudio se apoyó en la existencia de una amplia literatura que estudia los determinantes del desempeño de las pequeñas y medianas empresas en los mercados internacionales, fortaleciéndose en las múltiples

teorías que abordan el proceso de internacionalización y sus factores que lo determinan. Este cúmulo de teorías se pueden agrupar en torno a cuatro grandes escuelas y/o bloques de corrientes doctrinales o perspectivas, tal y como se muestra en la Ilustración 1.

Ilustración 1.
Perspectivas de la internacionalización.



Fuente: Galván (2003)

La expansión en otros países, provee a la empresa que lo desarrolla un aumento significativo en las ventas de sus productos existentes y con ello, mejores rendimientos sobre sus activos fijos, asimismo, las empresas pueden acceder a mejores fuentes de materias primas, productos, mano de obra mejor y más calificada a menores costos, y obtener incluso, mejores capacidades tecnológicas en otros países y aumentar su know how. En la Tabla 2, contiene algunas teorías que abordan y explican la internacionalización de las empresas.

Por un lado, la internacionalización puede ser explicada del crecimiento del comercio internacional y la inversión directa de las empresas en el exterior; asimismo, por las relaciones comerciales de exportación e importación, financieras, o de producción por medio de

la fabricación de productos en otros países, ya sea de forma interna o a través de la cooperación empresarial.

Por otro lado, Villarreal define la internacionalización como:

Una estrategia corporativa de crecimiento por diversificación geográfica internacional, a través de un proceso evolutivo y dinámico de largo plazo que afecta gradualmente a las diferentes actividades de la cadena valor y a la estructura organizativa de la empresa, con un compromiso e implicación creciente de sus recursos y capacidades con el entorno internacional, y basado en un conocimiento aumentativo. (Villarreal, 2005: 122).

Tabla 2.
Principales escuelas y teorías sobre la internacionalización de las empresas.

Escuela o bloque	Teorías	Autores
Internacionalización desde una perspectiva económica.	Teoría de la organización industrial, teoría de la internalización, teoría ecléctica de Dunning y la teoría de la ventaja competitiva de las naciones (enfoque macroeconómico).	Buckley y Casson (1976). Dunning (1980, 1985, 1993, y 1998). Porter (1990).
Internacionalización desde una perspectiva de proceso.	Modelo de Uppsala, modelo del ciclo de vida del producto de Vernon, modelo de Jordi Canals, modelo Way Station.	Johanson y Vahlne (1977, 1990). Vernon (1966). Cavusgil y Knight, 1980, 1996. Reid, 1981. Bilkey y Tesar, 1977.
Internacionalización desde una perspectiva de redes.	Teoría de redes, modelo de Johanson y Mattson.	Welch y Luostarinen, 1988. Aaby y Slater, 1989. Katsikeas, et al., 1995. Johanson y Mattson, 1986.
Enfoque <i>Born Global</i> .	Fenómeno <i>Born Global</i> .	Knight y Cavusgil, 1996; Madsen y Servais, 1997; McAuley, 1999; Fillis, 2000; McDougall, Shane y Oviatt, 1994; Oviatt y McDougall, 1994, 1995, 1997; Plá Barber y Cobos Caballero, 2002).

Fuente: Elaboración propia, a partir de Ian Fillis, 2001.

Con base a lo anterior, se puede deducir que el proceso de internacionalización de las empresas exportadoras ha sido sometido a una investigación empírica generalizada (Cavusgil y Godiwalla, 1982; Dichtl et al., 1984); sin embargo, la política hacia la internacionalización de las PyMEs tiene varias aristas. La primera es alentar a nuevas PyMEs desde un inicio a ingresar al comercio internacional. El segundo, se refiere al estímulo de la capacidad exportable y la inexperiencia de exportación de las empresas para vender sus bienes y servicios fuera de los mercados domésticos y/o locales (Philp, 1998).

2.2 El desempeño exportador

De acuerdo a Cavusgil y Zou (1994), el desempeño de las exportaciones se define como la medida en que los objetivos corporativos de la empresa, ambos, estratégicos y financieros, con respecto a la exportación de un producto a un mercado específico, se logran mediante la ejecución de la estrategia de exportación de la empresa. En la literatura, en el desempeño de exportación los investigadores han utilizado una amplia gama de medidas para medir el rendimiento (Diamantopoulos y Winklhofer, 2001; Katsikeas, Leonidou y Morgan, 2000 en Lages y Montgomery 2004). En términos generales se consideran

tres dimensiones para medir el desempeño de las exportaciones en las empresas:

a) La intensidad de la exportación, es decir, la proporción de la producción a las exportaciones, evidenciado por el porcentaje de las exportaciones a las ventas totales de la empresa y los beneficios;

b) Logro de la exportación, es decir, el grado en que las empresas alcanzan sus objetivos de exportación en términos de ventas, rentabilidad y cuota de mercado, así como el rendimiento global; y

c) La satisfacción de la exportación, es decir, una variable psicológica compuesta (un estado afectivo), para evaluar la efectividad de un programa de exportaciones en cuanto a sus ventas, rentabilidad y cuota de mercado, así como su desempeño.

Para medir de una forma objetiva el desempeño exportador (Cavusgil y Zou, 1994; Katsikeas et al., 2000; Madsen, 1987; Shoham, 1998), proponen una serie de indicadores cuantitativos tales como: la tasa de crecimiento de la exportación, intensidad de la exportación, la relación entre exportaciones y las ventas totales, el retorno sobre los activos y la rentabilidad. En ese sentido, para el presente estudio, el desempeño exportador estará soportado en el modelo Uppsala desarrollado por Johanson y Wiedersheim (1975, 1977) y adaptado por Galván (2003), asimismo, se medirá a través del volumen de ventas en los mercados exteriores derivadas de las exportaciones con respecto al total de ventas anuales realizadas por las empresas en un periodo de tiempo determinado, por ser uno de los indicadores utilizado frecuentemente en la mayoría de las investigaciones (Zou y Stan, 1998).

En cuanto al Modelo Uppsala, éste presagia que la empresa incrementará de forma gradual sus recursos comprometidos en un país determinado a medida que vaya adquiriendo experiencia de las actividades que se realizan en dicho mercado (Johanson y Wiedersheim-Paul, 1975). Galván (2003), describe cuatro etapas graduales que explican la evolución internacional de la

empresa según este modelo: 1) actividades esporádicas, exportaciones no regulares; 2) exportaciones por medio de representantes independientes; 3) establecimiento de sucursales comerciales en el país extranjero; y 4) establecimiento de unidades productivas en el extranjero.

En la presente investigación, el desempeño exportador será medido a través del volumen de ventas en los mercados exteriores derivadas de las exportaciones con respecto al total de ventas anuales realizadas por las empresas en un periodo de tiempo determinado, por ser uno de los indicadores utilizado frecuentemente en la mayoría de las investigaciones (Zou y Stan, 1998).

Respecto a la unidad de análisis, ésta será las PyMEs del sector industrial, tal y como indican Zou y Stan (1998), los estudios al nivel de la empresa pueden ser apropiados para pequeñas y medianas empresas que a menudo sólo tienen una línea de productos. En cuanto a la selección de las dimensiones, en general, el desempeño exportador ha sido determinado de manera predominante, a través de medidas relacionadas con las ventas en el exterior: cifra absoluta de ventas, crecimiento, proporción sobre las ventas totales y la rentabilidad. Sin embargo, Aaby y Slater (1989), advierten de que el éxito exportador debería ser valorado teniendo en cuenta los objetivos de las empresas respecto a la exportación y el progreso alcanzado y Cavusgil y Zou (1994), consideran que el desempeño exportador debería relacionarse con el cumplimiento de objetivos estratégicos además de los económicos.

2.3 Las variables independientes del estudio

Se han identificado diferentes formas de medir el rendimiento exportador de las PyMEs. A continuación se presentan diferentes factores de éxito que redundan en el desempeño exportador y rendimiento de las PyMEs, planteadas por diversos investigadores. El análisis de estos modelos o teorías sirve para acercarse a la definición de un modelo propio de medición de las capacidades exportadoras, de tal manera que resulte

característico para las PyMEs exportadoras del sector industrial en Hermosillo, Sonora.

En ese sentido y como parte del contexto operacional de las variables independientes que serán medidas, y

que tratarán de explicar cuáles son los factores de éxito que mejoran el desempeño exportador de las PyMEs del sector industrial que operan en Hermosillo, Sonora, éstas son mostradas en la Tabla 3.

Tabla 3.
Factores considerados para mejorar el desempeño exportador.

Factor	Contexto operacional
Precio del Producto ($X_1=PP$)	Es el precio al cual debe de cotizar el exportador su producto, considerando una serie de factores para su determinación y fijación, desde la producción hasta que la mercancía pueda ser entregada al cliente en el extranjero, incluyendo las utilidades (Cavusgil y Zou, 1994; Myers, Cavusgil y Diamantopoulos, 2002).
Calidad del Producto ($X_2=CP$)	Será la o las certificaciones que ostente él o los productos que se comercialicen y cómo éstas inciden en la aceptación del producto para poder competir en los mercados extranjeros.
Capacidad Instalada ($X_3=CI$)	Equipo y maquinaria necesaria que le permita a la empresa tener un ritmo de producción, para satisfacer la demanda de los clientes, sin sacrificar la calidad del producto y cumpliendo con los tiempos de entrega convenidos con el comprador (Cavusgil y Nevin, 1981).
Innovación ($X_4=IN$)	Disposición de ciertas capacidades tecnológicas para contribuir a la creación y diseño de productos altamente diferenciados, a través de un proceso de innovación que incremente la competitividad de las empresas, sobre todo en los mercados exteriores (Cavusgil y Nevin, 1981).
Capacidad Financiera ($X_5=CF$)	Disponibilidad de recursos financieros necesarios para ejecutar el plan de exportación es un punto relevante, no sólo para determinar la competitividad de la empresa en los mercados internacionales, sino también para tomar la decisión de exportar o no (Walker y Brown, 2004; Martínez, 2006).

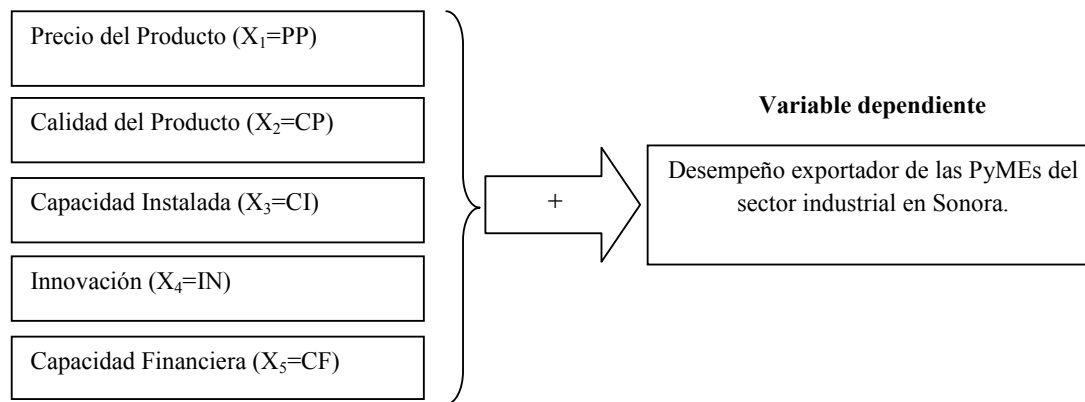
Fuente: Elaboración propia, a partir de la literatura revisada.

2.4 Modelo gráfico de relaciones

A través del modelo gráfico de relaciones que se propone en la Ilustración 2, se tratará de estudiar posibles relaciones de dependencia y causalidad entre las variables, las cuales serán los factores que explicarán la variabilidad del desempeño exportador como variable dependiente del estudio. Nótese que las relaciones son

en sentido positivo y en orden prioritario ascendente, ya que las hipótesis son planteadas en esos términos

Ilustración 2.
Esquema gráfico de relación causa-efecto entre las variables de estudio.



3. METODOLOGÍA

El tipo de investigación fue del tipo exploratoria, descriptiva, correlacional y no experimental, ya que no se manipuló deliberadamente las variables; es decir, no se realizó ninguna variación intencional de las variables independientes, sino que se observó los fenómenos tal y como sucedieron en su contexto natural, permitiendo un análisis más profundo y objetivo sobre los resultados obtenidos.

Como parte de este apartado, se presentan las diferentes hipótesis que se plantearon como producto de lo que se quiere probar:

Hi: Los factores de éxito que permiten mejorar el desempeño exportador de las PyMEs industriales mexicanas son el precio, calidad del producto, capacidad instalada, innovación y capacidad financiera.

Asimismo, como parte de la revisión literaria que sirvió para la construcción del marco teórico, se derivaron

las siguientes hipótesis operativas de investigación:

H1: El precio del producto está correlacionado de forma positiva con el desempeño exportador.

H2: La calidad del producto está correlacionada positivamente con el desempeño exportador.

H3: La capacidad instalada está correlacionada positivamente con el desempeño exportador

H4: La innovación está correlacionada positivamente con el desempeño exportador.

H5: La capacidad financiera está correlacionada positivamente con el desempeño exportador.

3.1 Universo y espacio muestral

De acuerdo al objetivo general planteado de enfocarse a las pequeñas y medianas empresas y en congruencia con la declaración del planteamiento del problema de investigación; se definió la población de estudio que según los datos del Directorio de Exportadores proporcionado por la Copreson al mes de enero de 2014, habían en la localidad de Hermosillo, Sonora; 93 PyMEs exportadoras

del sector industrial, divididos en ocho subsectores económicos, tal y como se muestra en la Tabla 4.

Tabla 4.
Distribución de las PYMEs industriales por subsector económico.

Subsector	Número de empresas	Porcentaje
Automotriz	11	11.82%
Construcción	15	16.13%
Electrónica	7	7.53%
Manufactura	31	33.33%
Metal mecánica	9	9.68%
Muebles y decoración	11	11.82%
Textil	7	7.53%
Otros	2	2.15%
Total =	93	100.00%

Fuente: Elaboración propia, a partir de los datos directorio de exportadores. Copreson (2014)

3.2 Ficha técnica de investigación

aplicación del cuestionario, en la Tabla 5, se muestra la ficha técnica de investigación utilizada.

Con la finalidad de tener muy clara y definida la

Tabla 5.
Ficha técnica de investigación.

Universo poblacional	Muestra piloto	Unidad de análisis	Ámbito geográfico	Instrumento	Nivel de confianza	Error muestral
93	30	PyMEs Exportadoras Industriales	Hermosillo, Sonora	Cuestionario	90%	10%

Fuente: Elaboración propia.

3.3 Instrumento de medición

A fin de obtener los datos de cada una de las variables, se analizó la literatura y se crearon las preguntas con base a lo señalado en el marco teórico, por lo que se operacionalizaron las variables y se crearon un total de

48 preguntas, las cuales se dividieron en tres secciones: Sección A. Datos Generales (6 ítems); Sección B. Variable Dependiente (6 ítems); Sección C. Variables Independientes (39 preguntas).

3.4. Confiabilidad del instrumento para la prueba piloto

Para el análisis del cuestionario que se aplicó a la muestra piloto, se utilizó el coeficiente de alfa de Cronbach para establecer la consistencia interna entre los ítems de las cinco variables independientes definidas en el estudio: Precio del producto (X1), Calidad del

Producto (X2), Capacidad Instalada (X3), Innovación (X4) y Capacidad Financiera (X5), asimismo, para la variable dependiente, el Desempeño Exportador (Y). Los resultados se muestran en las Tabla 6, donde se especifica los niveles aceptados para cada constructo el alfa de Cronbach obtenido a través del paquete estadístico para las ciencias sociales, el SPSS, v.21.

Tabla 6.
Resultados de alfa de Cronbach para las Variable Dependiente e Independientes.

Variables	Número de ítems	Alfa de Cronbach
Variable Dependiente		
Desempeño Exportador	3	.758
Variables Independientes		
Precio del producto	10	.897
Calidad del producto	6	.893
*Capacidad instalada	6	.820
**Innovación	8	.836
Capacidad financiera	7	.766

*El alfa de Cronbach para la variable, mejoró al eliminar el ítem 6.

**El alfa de Cronbach para la variable, mejoró al eliminar el ítem 3.

Fuente: Elaboración propia, a partir de los datos obtenidos del SPSS v.21.

3.5 Modelo de regresión de datos

A continuación, se presentan los resultados estadísticos utilizando el modelo de regresión lineal múltiple, para efecto de medir el impacto y el orden de importancia de las variables independientes en la variable dependiente del estudio, el cual está representado mediante la Fórmula 1.

$$Y = \beta_0 + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + \beta_5X_5 + \varepsilon \quad (1)$$

Donde:

Y = Desempeño exportador de la empresa

B0 = Constante del modelo

$\beta_1 \dots \beta_5$ = Betas del modelo

X1 = Precio del Producto

X2 = Calidad del Producto

X3 = Capacidad Instalada

X4 = Innovación

X5 = Capacidad Financiera

ε = Error o residual

4. RESULTADOS PRELIMINARES

Como parte de los resultados que se obtuvieron después de validar la confiabilidad y consistencia interna del instrumento de medición para cada variable, a través del coeficiente alfa de Cronbach, se muestran a continuación los resultados del Análisis Factorial Exploratorio (AFE), el cual sirvió para medir la aplicabilidad del mismo en las variables que fueron estudiadas, así como medir las cargas factoriales y los

valores de contraste que evaluaron el modelo factorial y la correlación entre las variables, a través del test de KMO y la prueba de esfericidad de Bartlett.

4.1 Validez de constructo mediante análisis factorial

El análisis factorial para cada variable, así como la medida de adecuación KMO y la prueba de esfericidad de Bartlett, se muestran en la Tabla 7.

Tabla 7.
Resultados del análisis factorial exploratorio

Variables	Varianza total explicada	Número de componentes	Medida KMO	Sig. Prueba de esfericidad de Bartlett
Precio del Producto (X ₁)	67.05%	2	.711	.000
Calidad del Producto (X ₂)	100.00%	1	.806	.000
Capacidad Instalada (X ₃)	66.33%	2	.793	.000
Innovación (X ₄)	62.64%	2	.605	.000
Capacidad Financiera (X ₅)	62.90%	2	.555	.000

Fuente: A partir de los datos obtenidos en el SPSS v.21.

El análisis factorial utilizado fue el de extracción de componentes principales y rotados por el método de normalización Varimax con Kaiser, con una significancia $P < (.05)$, para la prueba de esfericidad de Bartlett, lo cual indicó una muy buena asociación y correlación entre las variables.

4.2 Interpretación del modelo de regresión de datos

En la Tabla 8, se muestra el resultado del modelo de regresión múltiple de datos que se obtuvo después de aplicar el método de pasos sucesivos (stepwise) en el SPSS, donde se detallan el coeficiente de correlación lineal (R), el coeficiente de determinación (R²) y el test de Durbin-Watson.

Tabla 8.
Modelo de regresión de datos

Modelo	R	R ²	R ² corregida	Error de la estimación	Estadísticos de cambio				Sig. Cambio en F	Durbin-Watson
					Cambio en R ²	Cambio en F	gl1	gl2		
2	.863 _b	.745	.715	.32827582 3	.084	5.601	1	17	.030	2.262

b. Variables predictoras: (Constante), X5, X1

Fuente: A partir de los datos obtenidos en el SPSS v.21.

Con estos resultados se puede apreciar que la bondad del ajuste lineal del modelo es suficiente, ya que las variables independientes introducidas al modelo de regresión (X_5 , X_1), están explicando en un 74.5%, la variabilidad en la variable de respuesta (Y). Con el valor obtenido en el estadístico de Durbin-Watson igual a 2.262, se puede asumir independencia entre los residuos, es decir, no existe auto correlación positiva o negativa entre

los residuos, ya que se encuentra en el rango mayor a 1.5 y menor a 2.5.

En la Tabla 9, se muestra el resumen del ANOVA del modelo, donde el estadístico F permite contrastar la hipótesis nula de que el valor poblacional de R es cero. El nivel de significancia en P (valor) < 0.05, indica que las variables están linealmente relacionadas.

Tabla 9.
Resumen del ANOVA del modelo

Modelo	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Regresión	5.356	2	2.678	24.849	.000
Residual	1.832	17	.108		
Total	7.188	19			

Fuente: A partir de los datos obtenidos en el SPSS v.21.

En cuanto a los coeficientes no estandarizados del modelo, la Tabla 10, muestra la ecuación de regresión en puntuaciones directas. El coeficiente que corresponde a la Constante, es la que se ha denominado B_0 , mientras que los coeficientes para X_5 y X_1 , son β_5 y β_1 , respectivamente. Los coeficientes de regresión estandarizados beta, permiten valorar la importancia

relativa para cada variable independiente en la ecuación de regresión, siendo la variable con mayor importancia relativa la definida como X_5 : Capacidad Financiera, con un valor absoluto en su coeficiente estandarizado de .686 con respecto a la variable X_1 : Precio del producto, con un valor absoluto en su coeficiente estandarizado igual a .317.

Tabla 10.
Coefficientes del modelo de regresión de datos

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados	t	Sig.	Estadísticos de colinealidad	
	B	Error típ.	Beta			Tolerancia	FIV
(Constante)	.376	.512		.733	.473		
X_5	.632	.123	.686	5.127	.000	.838	1.193
X_1	.272	.115	.317	2.367	.030	.838	1.193

Fuente: A partir de los datos obtenidos en el SPSS v.21.

Con base al supuesto de no colinealidad, se determinó la función de regresión lineal óptima, partiendo de las variables X_5 y X_1 , las cuales fueron significativas en P (valor) $< .05$, tal y como se muestra en las Fórmulas 2a y 2b, lo que indica que ambas variables contribuyen de forma significativa a explicar lo que ocurre con la variable dependiente.

$$Y = \beta_0 + \beta_5 X_5 + \beta_1 X_1 \quad (2a)$$

$$\text{Desempeño Exportador (Y)} = 0.376 + 0.632*(CF) + 0.272*(PP) \quad (2b)$$

5. CONCLUSIONES PRELIMINARES

Se concluye que existe evidencia suficiente en el marco teórico del estudio, que sustente los resultados obtenidos en el modelo de regresión que se presentó. Es decir, para el grupo piloto de PyMEs encuestadas, el desempeño exportador está en función, por un lado, de la capacidad financiera que éstas poseen en términos de facilidades para obtener recursos para continuar y mantener las exportaciones, así como la facilidad para otorgar y garantizar créditos en los mercados donde se exporta, mientras que por otro lado, estará en función del precio del producto que la empresa determina con base a los precios internacionales, así como el ofrecer precios iguales o inferiores al de la competencia.

Finalmente, en este estudio preliminar, tal y como lo señalan los diferentes autores y resultados obtenidos, hay evidencia que el impacto e importancia de algunas de las variables propuestas explican la variabilidad del desempeño exportador de las PyMEs, y que se pueden generalizar al menos en este sector y subsector de la economía del Estado de Sonora. Sin embargo, resulta de interés revisar, como líneas futuras de investigación, el resto de las variables independientes que fueron consideradas en este estudio y que el modelo de regresión excluyó del análisis.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aaby Nils-Erik y Slater, Stanley F. (1989), "Management influences on export performance: a review of the empirical literature 1978-88". *International Marketing Review*, vol. 6, No 4, pp. 7-26.

Cavusgil, S. Tamer y Godiwalla, Yezdi M. (1982), "Decisions making for international marketing: A comparative review". *Management Decision*, vol. 20, No 4, pp. 47-54.

Cavusgil, S. Tamer y Zou Shaoming (1994), "Marketing strategy performance relationship: An investigation". *Journal of Marketing*, vol. 58, No 1, pp. 1-21.

Cavusgil, S. Tamer y Nevin, John R. (1981), "Internal Determinants of Export Marketing Behavior: An Empirical Investigation". *Journal of Marketing Research*, vol. 18, No 9, p. 114.

Consejo para la Promoción Económica del Estado de Sonora (2014). *Directorio de empresas exportadoras por sector y subsector económico*.

Diamantopoulos, Adamantios y Winklhofer, Heidi M. (2001), "Index construction with formative indicators". *Journal of Marketing Research*, vol. 38, pp. 269-77.

Dichtl, Erwin, Leibold, M., Hans-Georg Köeglmaier y Mueller, Stefan (1984), "The export-decision of small and medium-sized firms: A review". *Management International Review*, vol. 24, No 2, pp. 49-60.

Dunning, John H. (1958). *American Investment in British Manufacturing Industry*. Edición Allen & Unwin, Londres.

Fillis, Ian (2001), "Small firm internationalization: an investigative survey and future research directions". *Management Decision*, vol. 39, No 9, pp. 767-783.

Forsgren, Mats (2002), "The Concept of Learning in the

Uppsala Internationalization Process Model: A Critical Review". *International Business Review*, vol. 11, No 3, pp. 257–77.

Galván Sánchez, Inmaculada. (2003). Capítulo II. Perspectivas teóricas sobre la internacionalización de empresas en Galván Sánchez, I. (compiladores). 2003. La Formación de la estrategia de selección de mercados exteriores en el proceso de internacionalización de las empresas. Universidad de las Palmas de Gran Canaria.

Holmlund, Marisa y Kock, Sören (1998), "Relationships and the Internationalization of Finnish Small and Medium-Sized Firms". *International Small Business Journal*, vol. 16, No 4, pp. 46–63.

Johanson, Jan y Vahlne, Jan Erik (1977), "The Internationalization Process of the Firm—A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments". *Journal of International Business Studies*, vol. 8, No 1, pp. 2-32.

Johanson, Jan y Mattsson, Lars Gunnar (1988), "Internationalization in industrial systems- a network approach" en N. Hood y J.E. Vahlne (Editores). 1988. *Strategies in Global Competition*. Croom Helm, Londres.

Johanson, Jan y Wiedersheim-Paul, Finn (1975), "The internationalization of the firm-four Swedish cases". *Journal of Management Studies*, vol. 12, No 3, pp. 305-322.

Johanson, Jan y Wiedersheim-Paul, Finn (1977), "Internationalization process of firm model of knowledge development and increasing foreign market commitments". *Journal of International Business Studies*, vol. 8, No 1, pp. 23-32.

Karlsen, Tore, Silseth, Pal R., Benito, Gabriel y Welch, Lawrence S. (2003), "Knowledge, Internationalization of the Firm, and Inward-Outward Connections". *Industrial Marketing Management*, vol. 32, No 5, pp. 385-96.

Katsikeas, Constantine S., Leonidou, Leonidas C., y Morgan, Neil A. (2000), "Firm level export performance assessment: Review, evaluation, and development" en Lages y Montgomery (2004). *Journal of the Academy of Marketing Science*, vol. 28, pp. 493-511.

Keohane, Robert y Milner, Helen V. (1996). *Internationalization and domestic politics*. Cambridge: Cambridge University Press.

Korhonen, Hannu (1999), *Inward-Outward Internationalization of Small and Medium Enterprises*. Doctoral Dissertation A-147, Helsinki School of Economics and Business Administration.

Lall, Sanjaya (2000), "The technological structure and performance of developing country manufactured exports, 1985–1998". *Oxford Development Studies*, vol. 28, No 3, pp. 337-367.

Leonidou, Leonidas C., Katsikeas, Constantine S. y Samiee, Saeed (2002), "Marketing strategy determinants of export performance: a meta-analysis". *Journal of Business Research*, vol. 55, No 1, pp. 51-67.

Madsen, Tage Koed (1987), "Empirical export performance studies: a review of conceptualizations and findings". *Advances in International Marketing*, vol. 2, pp. 177-198.

Myers, Matthew B., Cavusgil, Tamer y Diamantopoulos, Adamantios (2002), "Antecedents and actions of export pricing strategy: A conceptual framework and research propositions". *European Journal of Marketing*, vol. 36, No 1/2, pp. 159-188.

Philp, Norman E. (1998), "The export propensity of the very small enterprise (VSE)". *International Small Business Journal*, vol. 16, pp. 79-93.

Porter, Michael E. (1998). *Ventaja competitiva: Creación*

y sostenimiento de un desempeño superior. Editorial Continental, México.

Samiee, Saeed, Walters, Peter G.P. y Dubois, Frank L. (1993), "Exporting as an Innovative Behavior: An Empirical Investigation". *International Marketing Review*, vol.10, No 3, pp. 5-25.

Secretaría de Economía (2012). Programa de la Industria manufacturera, maquiladora y de servicios de exportación. Información basada en el padrón empresas IMMEX. [En línea]. México, disponible en: [de:http://www.economia.gob.mx/files/delegaciones/fichas_edos/121130_Ficha_Sonora.pdf](http://www.economia.gob.mx/files/delegaciones/fichas_edos/121130_Ficha_Sonora.pdf)
[Accesado el 4 de octubre de 2013].

Shoham, Aviv (1998), "Export performance: Conceptualization and an empirical assessment". *Journal of International Marketing*, vol. 6, pp. 59-81.

VillarrealLarrinaga, Oskar (2005), "La internacionalización de la empresa y la empresa multinacional: una revisión conceptual contemporánea". *Cuadernos de Gestión*, vol. 5, No 2, pp. 55-73.

Villavicencio, José Martínez (2006), "Factores Críticos para el Desempeño Exportador de las PyMEs". *TEC Empresarial*, vol. 1, No 1, pp. 32-37.

Walker, Elizabeth y Brown, Alan (2004), "What Success Factors are Important to Small Business Owners". *International Small Business Journal*, vol. 22, No 6.

Welch, Lawrence y Luostarinen, Reijo (1988), "Internationalization: evolution of a concept". *Journal of General Management*, vol. 14, No 2, pp. 34-55.

Welch, Lawrence y Luostarinen, Reijo (1993), "Inward-Outward Connections in Internationalization". *Journal of International Marketing*, vol.1, No 1, pp. 44-56.

Zou, Shaoming y Stan, Simona (1998), "The determinants of export performance: a review of the empirical literature

between 1987 and 1997". *International Marketing Review*, Vol. 15, No 5, pp. 333-356.